

当下实体书店如何卖好书？书店“掌门人”有话说—— 选书是重点，选好书才能卖好书

2026上海书展于8月12日启幕，上海市书刊发行行业协会在上海展览中心的東西平台搭建“长三角品牌实体书店展区”，邀请四地二十家书店(上海11家，江苏、浙江、安徽各3家)参展。

“长三角品牌实体书店展区”紧扣当下阅读体验潮流，围绕“一店一主题、家家有亮点”，体现“书香中国”长三角出版文化融合成果，展现实体书店突破传统售书边界、转型“城市会客厅”的实践探索。



一店一主题，聚焦图书主业

当下，实体书店都面临经营压力、图书定价体系等多方冲击，行业普遍转向多元经营，拓展文具、文创、咖啡简餐等业态；配套开展各类阅读活动，包括尝试打造阅读中心、城市会客厅、公共文化空间等。但仍然生存维艰。尤其在书展这种大型展会，实体书店已经基本消失，或仅仅以售卖文创为主存在。

那么，今天的实体书店如何卖好书？上海市书刊发行行业协会在江苏省出版物发行业协会、浙江省出版物发行业协会、安徽省出版协会出版物发行工作委员会的支持下，尝试恢复书店本源，实施展区核心规划，所有参展书店通过报名审核，执行“一店一主题、家家有亮点”标准。每家参展书店围绕一个主题陈列展示不少于300种图书，将图书展示、图书销售作为展区核心。

一般书展都以出版社为参展主体，书店则以“代工”或“搬家”的形式出现，或以文创为主的点缀；这次，实体书店参展的方式有变化了。创新的是20家书店根据各自的地域文化、个性特色选择主题，如“上海主题”“徽州文化”“西湖边的先生们”，并将图书展陈区与文创产品区物理分离，体现一种书店就是卖书的特质。

细分读者、特色业态，打造差异化展陈

开展之前，协会举行了多次推进会，上海11家品牌实体

书店(新华连锁、朵云书院、钟书阁、大隐书局、Boocup现代书店、读者书店、博林书店、香蕉鱼书店、馨巢书店、邃雅书局、光的空间)“掌门人”共同就“一店一主题、家家有亮点”交流了各自的货源组织筹备情况，并与江苏、浙江、安徽参展书店一一沟通，提炼主题。参展书店通过直播推广、互动体验，依托地域文脉、细分读者、特色业态打造差异化展陈，全方位展现实体书店转型城市文化客厅的多元探索。

城市在地阅读类，立足本土城市记忆，打造沉浸式城市纸上漫游。上海朵云书院以“阅读上海的N种方式”，选书对应上海各处城市地标，实现纸上citywalk；江南书局“韵起江南·闵行山河”展出五百种各地文学作品，搭配国风非遗文创；舟山岛上书店“岛与故事潮汐间”陈列海岛文学、海洋科普读物，展现东海渔耕文明；南京锦创书城“金陵风雅汇沪上”展出南京老地图、金陵主题典籍，搭配融入城市地标元素的潮玩文创，复刻六朝古都烟火文脉。

为推动书店的宣传和销售，展区搭建专属直播室，开展50场直播，推介特色实体书店，邀请作家嘉宾做客，展现实体书店价值与存在必要性。同时，还定期对购书读者赠送上海书展纪念邮册、集章手册等。

为促进实体书店在书展上的展现，这次书展为所有参加的书店免除场地、搭建费用，免费提供工作人员的餐饮，对于外地书店的工作人员免费提供住宿，并提供物流保障，承担外地书店退货返程快递、物流费用。并设有激励机制，对主题鲜明、服务优质、图书上架数量充足、销售业绩突出的书店予以鼓励。全方位助力长三角实体书店展示特色，打破传统售

书边界，搭建起贯通四地文脉、服务全年龄段读者的城市文化会客厅。

书店，今天如何卖好书

本届书展实体书店展区核心定位就是，回归书店卖书本源，以主题化图书陈列，集中展现实体书店不可替代的线下价值，区别线上购书的分散化短板，打造集中、专业、有特色的线下图书选购场景，凸显实体书店专业服务能力。

为探讨实体书店的发展空间，上海市书刊发行行业协会在上海书展第一天，召集长三角实体书店展区的20家书店负责人，举行“书店，今天如何卖好书”座谈会。

大隐书局董事长刘军说：“我们大隐书局前后关了12家书店，我思考没活下来的逻辑，结合当前活着的书店，如新开业的虹书舫，我觉得卖好书首先要选好书，如注重差异化。虹书舫就是注重做好单一垂类品种的书，只做世界经典文学。再一个尽量选轻的、单本的，来虹书舫的大多是游客，肯定不愿意携带重的、套装的书。还有一个就是选好流量入口，不要相信‘酒香不怕巷子深’，我们多家颜值高的地段偏的书店还是没有生存下来。书店生存还要做好关联业态，虹书舫300平方米的空间有8个业态，有文创、有餐饮、收藏展馆等。”

悦悦图书的董事长邹斌表示：“我们也是注重选书和推广，我选好重点品种，交给现在接近1000个分销客户，他们把我们控价的图书信息拿过去进行推广。举个例子，惠州一家开书店的小艾，开了10年的书店，养了100多人，全关掉了，自己跟老公回到直播间。前天推了一本上海三联的一本文学作品，非常厚，北大的教授花了8年时间翻译出来。我们选这个书之后把信息给到她，她说看过这本书的英文原版，她在直播间娓娓道来，深度解读，一晚上卖了50本。通过这种方式，我们来选品、来控价，大家一起做，彼此能赚钱。这也说明只有选好书才能卖好书。”

世纪朵云总经理吴军认为：“我们思南书局的图书销售占比50%左右，是因为有一个读书会，有一批忠实的读者。上海中心的朵云书院旗舰店图书销售占比不到10%，这里读者中有85%是游客。前一段时间，靠一个玩具书，把日营业额从16万元提升到20万元。之前，只有购买咖啡才能去观光平台，为了拉动图书销售，现在买书88元以上，也可去观光平台。”

钟书阁的张翼说：“钟书阁结合当下的热点选书，推适配的书，如借助热门影视IP角色推出他们喜欢的书，吸引追星的读者购买。”

在本次上海书展上，长三角实体书店展区展现了书香融合活力，通过主题营销，成为承载城市文化、连接四方读者的公共文化空间。

文/晨报记者 严峻嵘
图/受访方

第三届“书香上海·东方阅读盛典”举办

8月12日下午，上海书展开幕当天，第三届“书香上海·东方阅读盛典”在上海展览中心友谊会堂举办。现场嘉宾共同启动2026上海书展·AI短片黑客松，现场还宣读了《书香上海·东方阅读倡议书》。

本次活动特邀吴晓明、孟钟捷、叶辛、任仲伦、毛时安、谢晓婷、杨杰等七位来自文学、文博、历史等领域的专家学者莅临现场，以“历史·叙事·行走·思想·共生”为主题，分别进行深度对话，打破了学科和地域的壁垒，为文化传承与创新增添了生动注脚。

活动当天，备受关注的“2026上海书展·AI短片黑客松”正式启动并现场发布《AI阅读推广宣言》。来自复旦大学、华东师范大学、上海师范大学、首尔建国大学等不同高校的七支学生战队依次亮相并完成命题抽签，标志着以人工智能赋能上海老字号品牌故事的内容制作和创新探索正式启航。这一环节将数字技术与阅读文化紧密结合，既为青年创

意人才提供了展示舞台，又为上海老字号品牌开辟了数字阅读新空间，还为上海书展注入了年轻化、科技化的时代活力，成为本届盛典的一大亮点。

据悉，本届“书香上海·东方阅读盛典”延续“主会场+分会场”双轮驱动模式，“书香长宁·东方阅读盛典”分会场活动将于8月15日14:30在长宁区图书馆10楼多功能报告厅举行。分会场将邀请上海博物馆副馆长陈杰，上海社科院历史研究所研究员沈洁，上海市政协常委、上海全球城市研究院院长阮青等专家学者，分别围绕“考古视野下的上海六千年”“阅读如何塑造一座城市——近代上海的文化经验”“全球城市视野下的上海高质量发展”等发表主题演讲，从考古实证、历史经验和城市发展等维度，进一步拓展全民阅读的广度和深度。

晨报记者 严峻嵘

